

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang
Bandar Lampung)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

EKA MARLENA

NPM.1451010033

Program studi: Ekonomi Islam

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang
Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

EKA MARLENA

NPM.1451010033

Program Studi: Ekonomi Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Suharto, S.H.,M.A.

PembimbingII : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2018 M**

ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan minat beli konsumen, tapi pada kenyataannya kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik tetapi minat beli konsumen masih mengalami kenaikan dan penurunan dapat dikatakan tidak stabil dari bulan kebulan pada tahun 2016-2017

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api?, Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan kereta api di Stasiun Tanjung Karang ?. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api dan untuk menjelaskan bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap kualitas pelayanan transportasi kereta api di stasiun tanjung karang.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*Field Research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini sebesar 300 konsumen dan penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *incidental sampling* sehingga diperoleh sampel sebesar 75 konsumen Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, uji hipotesa (uji t) kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS 23 *for windows*.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variable kualitas pelayana memiliki nilai Berdasarkan pengujian t hitung $> t$ tabel yaitu $4,709 > 1,993$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung. Kemudian dari hasil uji determinasi atau uji R^2 adalah 0,185, hal tersebut berarti 18,5% variable minat beli dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Konsumen.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Tlp.(0721)703260 Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa : Eka Marlana

Npm : 1451010033

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam siding Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 30 Desember 2018

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Suharto, S.H., M.A
Nip. 195304231980031003

Yulistia Devi, SE., M.S.Ak
Nip.

Mengetahui
Ketua Jurusan

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP: 19750424200212100



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame I Tlp. (0721) 703260 Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

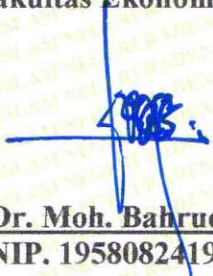
Skripsi dengan berjudul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung) disusun oleh : **Eka Marlina, NPM : 1451010033**, Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**, telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Senin, 31 Desember 2018**.

TIM MUNAQASAH

Ketua	: Syamsul Hilal, M.Ag	(.....)
Penguji 1	: Budimansyah, M.Kom.I	(.....)
Penguji 2	: Yulistia Devi, SE., M.S.Ak	(.....)
Sekretaris	: Dedi Satriawan, M.Pd	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP. 195808241989031003

MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا
إِنَّا لِلَّهِ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya : “ Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.
(QS. Al-Baqarah : 148)¹



¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.17

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penuh persembahan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sahroni dan Ibu ElaWati. Yang saya hormati dan saya banggakan. Selalu menguatkan saya sepenuh jiwa raga, merawat saya, memotivasi saya dengan nasehat-nasehat yang luarbiasa, dan mendoakan saya agar selalu ada dalam jalan-Nya. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Kedua adik saya Ilham Ramadhan dan Noval Radiansyah. Para sepupu saya serta seluruh keluarga besarsaya. Berkat doa, dukungan dan senyum semangat saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Almamaterku tercinta tempatku menimba ilmu yang rabbani, UIN Raden Intan Lampung. Semoga selalu jaya, maju dan berkualitas.
4. Sahabat seperjuangan terbaikku wulan, samidah, givta, agung, mul, nurlela, inti, putri, lilies, indra, so, riko dan teman-teman yang lainnya Ekonomi Islam angkatan 2014 (EI C) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dengan pancaran nilai-nilairabbani.
5. Calon imamku Muhammad wachyudi yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis yaitu, Eka Marlana, lahir di Kotabumi Lampung Utara 14 Maret 1996, anak pertama dari tiga bersaudara . dari Bapak Sahroni dan Ibu Ela Wati. riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Insan Nurul Muttaqim Kelapa Tujuh Kotabumi Lampung Utara lulus padatahun 2002
2. SDN 06 Kelapa Tujuh Kotabumi Lampung Utara lulus pada Tahun 2008
3. SMP Negeri 10 Kotabumi Lampung Utara lulus pada Tahun 2011
4. SMA Negeri 01 Kotabumi Lampung Utara lulus pada Tahun 2014

Penulis diterima sebagai mahasiswi Fakultas Syariah pada program Studi Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui jalur SPAN-PTKAIN pada tahun 2014.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga sampai saat ini penulis di berikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung)"**.

dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, maka dari itu dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan. dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis islam (FEBI) dan Bapak madnasir, S.E.,M. Sis selaku ketua jurusan Ekonomi syariah UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suharto, S.H.,M.A selaku pembimbing satu yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan arahan serta kemudahan dalam membimbing serta memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai.
3. Ibu Yulistia Devi, S.E.,M,S.Ak selaku pembimbing dua yang membantu meluangkan waktu dan memberikan arahan serta kemudahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

4. Bapak ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat.
5. Pimpinan dan Staf Stasiun Kereta Api Devisi Regional IV Tanjung Karang Bandar Lampung yang telah mebantu penulis dalam mengumpulkan informasi dan data penelitian.
6. Teman-teman seperjuang Ekonomi syariah angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung khususnya kelas C. serta semua pihak yang telah membantu yang tidak biasa disebutkan satu persatu.

Akhir kata jika penulis ada kesalahan dan kelalaian dalam penelitian skripsi ini penulis mohon maaf dan kepada Allah SWT mohon ampun dan perlindungan-Nya semoga karya penulis dapat bermanfaat adanya.

Bandar Lampung,30 Desember 2018

Eka Marlina
Npm.14510100

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Batasan Masalah	13
E. Rumusan Masalah	14
F. Tujuan Penelitian	14
G. Manfaat Penelitian	15

BAB II LANDASAN TEORITIS.....	16
A. Kualitas Pelayanan Dalam Ekonomi Islam.....	16
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2. Unsur-unsur dan Dasar Hukum Kualitas Pelayana	19
3. Tujuan Kualitas Pelayanan	22
4. Manfaat Kualitas Pelayanan	22
B. Minat Beli Konsumen Dalam Ekonomi Islam	23
1. Pengertian Minat Beli Konsumen	23
2. Dasar Hukum Minat Beli Konsumen	23
3. Karakteristik Minat Beli	26
4. Tujuan Minat Beli	28
C. Definisi Oprasional Variabel	29
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	34
E. Kerangka Pemikiran.....	38
F. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Metode Penelitian	40
B. Objek Penelitian.....	40
C. Sifat dan Jenis Penelitian	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Populasi dan Sampel	45
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
H. Alat Uji Hipotesis	49
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	51
A. Penyajian Data	51
1. Pengertian Kereta Api	51
2. Sejarah berdirinya PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Stasiun Tanjung Karang	51
3. Lokasi PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang	53
4. Gambaran Stasiun Kereta Api Tanjung Karang.....	54
5. Visi, Misi, dan Kebudayaan Perusahaan PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang.....	54
6. Struktur Organisasi Stasiun Tanjung Karang	57
B. Analisis Data	63
1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	63
2. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Kerata Api di Stasiun Tanjung Karang	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Rekap Data Angkutan Penumpang Relasi Tanjung Karang- Kotabumi Tahun 2016
Tabel 1.2:	Rekap Data Angkutan Penumpang Relasi Tanjung Karang- Kotabumi Tahun 2017
Tabel 1.3:	Rekap Data Kereta Api Stasiun Tanjung Karang
Tabel 1.4:	Rekap Data Program Oprasinal Tahun 2107
Tabel 2.1:	Definisi Oprasional, Dimensi Dan Indikator Pertanyaan
Tabel 4.1:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.2:	Struktur Organisasi Stasiun Tanjung Karang
Tabel 4.3:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Tabel 4.4:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.5:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.6:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Penggunaan Kereta Api
Tabel 4.7:	Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Kualitas Pelayanan
Tabel 4.8:	Distribusi Jawaban Responden Minat Beli Konsumen
Tabel 4.9:	Uji Validitas Variabel X(Kualitas Pelayanan)
Tabel 4.10:	Uji Validitas Variabel Y(Minat Beli Konsumen)
Tabel 4.11:	Uji Reliabilitas
Tabel 4.12:	Uji Normalitas
Tabel 4.13:	Hasil Uji Regresi Sederhana
Tabel 4.11:	Uji T
Tabel 4.15:	Hasil Uji Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Model atau Alur Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Humas Stasiun Tanjung Karang



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung Nomer 11 Tahun
2018 Tentang Penunjuk Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
Semester Genap Tahun Ajaran 2017/2018
- Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Riset Oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung
- Lampiran 3: Surat Izin Penelitian Oleh PT KAI Stasiun Tanjung Karang
Bandar Lampung
- Lampiran 4: Surat izin perubahana judul Skripsi dari pembimbing satu
- Lampiran 5: Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 6: Surat Penghantar Kuesioner
- Lampiran 7: Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 8: Hasil Olah Data Output Spss
- Lampiran 9: Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 10: Dokumentasi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. dengan penegasan tersebut, diharapkan tidak terjadi kesalah pahaman terhadap pemakaian judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah-langkah ini merupakan proses permasalahan yang akan dibahas, diperlukan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh adalah suatu proses interaksi yang menentukan tingkah laku seseorang atau kelompok remaja, baik dalam arti positif, yaitu terjadinya suatu penyesuaian maupun dalam arti negatif, yaitu terjadinya suatu bentuk tingkah laku yang tidak sesuai bagi kepentingan bangsa atau dengan suatu sistem nilai karena meniru suatu kelompok tertentu yang terdapat dalam lingkungan sosialnya, baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat sementara.² Dampak merupakan akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi (baik itu positif atau negatif) dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan tersebut.

²Pusat Bahasa, *Departemen Pendidikan Nasional*, (Jakarta, Balai Pustaka, 2010), h.49

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah modal yang dapat menggambarkan kondisi dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas.³

3. Minat Beli konsumen

Minat Beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk baik barang maupun jasa, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa.⁴

4. Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Menggunakan jasa transportasi kereta api adalah memakai alat atau mengambil manfaat dari jasa ataupun layanan transportasi kereta api.

5. Perspektif

Berasal dari bahasa itali “Prospettiva” gambar pandangan. Perspektif dapat dikaakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu digunakan dalam melihat suatu fenomena.⁵

³ Suharto Abdul Majid, *Costumer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h.100

⁴ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), h. 45

⁵ Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009), h.50

6. Ekonomi Islam

Suatu ilmu yang multidimensi, komprehensif dan saling terintegasi, meliputi ilmu Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, dan juga ilmu rasional (hasil pemikiran dan pengetahuan manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mengatasi masalah-masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai falah (kebahagiaan). Falah yang dimaksud adalah mencakup keseluruhan aspek spiritual, moralitas, ekonomi, sosial, budaya serta politik, baik yang dicapai dunia maupun akherat.⁶

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud penulis dalam judul skripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen menggunakan jasa angkutan kereta api , bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari sudut dimensi kualitas pelayanan atau yang biasa disebut dengan indikator-indikator yang dapat menentukan tingkat minat beli konsumen. Judul ini bermaksud untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh dan mengukur tingkat minat beli konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

⁶ Veithzal Rivai Dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara , 2013), h. 91

B. Alasan Memilih judul

Adapun alasan memilih judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung)” yaitu sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

- a. Setiap perusahaan pasti memiliki kualitas pelayanan, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.
- b. Judul skripsi ini dipilih karena keingintahuan penulis untuk mengetahui pandangan ekonomi islam tentang kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api.

2. Alasan Subjektif

- a. Tema yang hendak diteliti penulis relevan dengan jurusan yang digeluti, yakni Ekonomi Islam.
- b. Ketersediaan literatur yang memadai guna mendukung penyelesaian skripsi.
- c. Lokasi penelitian terjangkau oleh penulis

C. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat banyak membutuhkan berbagai macam transportasi yang mampu menunjang kebutuhan masyarakatnya untuk berpergian dari suatu tempat ke tempat yang lain. Banyak transportasi darat, laut, maupun udara yang digunakan masyarakat saat ini. Semakin banyaknya moda transportasi, membuat persaingan semakin ketat, hal ini menyebabkan perusahaan harus memberikan pelayanan terbaiknya untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga meningkatkan minat beli konsumen dan memenangkan persaingan.⁷

Kereta api sebagai jasa transportasi umum berfungsi untuk mengangkut barang atau penumpang dengan kapasitas besar dan dapat secara efisien dan efektif untuk jarak jauh. Banyaknya masyarakat yang memakai jasa transportasi kereta api dibandingkan jasa transportasi lainnya seperti bus dan angkutan darat lainnya, hal tersebut terjadi karena harga tiket kereta api yang terjangkau, jadwal yang tetap dan teratur, fasilitas yang memuaskan, kecepatan, kenyamanan, keamanan, dan kemudahan yang ditawarkan oleh kereta api. Para calon penumpang apabila sudah memutuskan dengan memakai sarana kereta api, maka penumpang tentunya memiliki penilaian yang tersendiri terhadap pelayanan .

⁷ Andrew Santoso, Achmad Fauzi, Sunarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 21 No. 1 April 2015, h. 2

Terciptanya kualitas pelayanan yang baik, dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara instansi dengan masyarakat menjadi harmonis, yang dimana akan memberikan dasar yang baik bagi perusahaan. menggunakan pelayanan jasa yang tentunya akan meningkatnya jumlah kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggaraan pelayanan publik.

Minat beli konsumen tercipta berdasarkan kepuasan maupun ketidak puasan pelanggan. Kepuasan konsumen atau penumpang ditentukan oleh kualitas barang maupun jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.⁸

Islam menganjurkan sesama makhluk sosial harus kerjasama. Karena kerjasama merupakan prinsip penting dalam islam yang mencakup semua masalah kemasyarakatan, kekeluargaan dan politik. Oleh karenanya, kerjasama merupakan pondasi persatuan yang mampu membuat kaum muslim dapat saling berinteraksi demi melakukan perbuatan baik dan memupuk takwa, bukannya berbuat zalim, aniaya dan dosa. Bentuk dari kerjasama harus berdasarkan keadilan, kebaikan dan takwa.

⁸ Mohammad Assegaff, *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan*, EKOBIS Vol.10, No.2, Juli 2009 : 334 - 343 ,h. 334

Sebagaiman firman Allah SWT dalam al-Qur-an surat Al-Maidah ayat 2.

وَالْتَقَوْا وَلَا تَعَاوُنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “ *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya*”. (Q.S. Al-Maidah 5:2)⁹

Maksud dari ayat ini adalah sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendirian. Meski segalanya ia miliki: harta benda yang bertimpah sehingga setiap apa yang ia mau dengan mudah dapat terpenuhi, tetapi jika ia hidup sendirian tanpa orang lain yang menemani tentu akan kesepian pula. Kebahagiaan pun mungkin tak pernah ia rasakan. Dan sebagai makhluk sosial pula manusia membutuhkan orang lain. Tak hanya sebagai teman dalam kesendirian, tetapi juga partner dalam melakukan suatu. Seperti aktivitas ekonomi, sosial, budaya, politik maupun amal perbuatan yang terkait dengan ibadah kepada Allah SWT. Disinilah tercipta hubungan untuk saling tolong menolong antara manusia satu dengan yang lainnya.

⁹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*,(Bandung:PT. Syaamil Cipta Media,2004),h.86

Tabel 1.1
Rekap Data Angkutan Penumpang Relasi Tanjung Karang – Kotabumi
Tahun 2016

No	Bulan	Volume Ka		
		Seminung (S10)	Way Umpu (S12)	Total
1	Januari	6.431	5.535	11.966
2	Februari	6.048	7.497	13.545
3	Maret	6.702	7.519	14.221
4	April	2.180	1.542	3.722
5	Mei	6.782	7.783	14.565
6	Juni	5.124	6.208	11.332
7	Juli	7.116	8.341	15.457
8	Agustus	5.710	6.450	12.160
9	September	6.787	8.000	14.787
10	Oktober	6.178	7.311	13.489
11	November	5.276	6.310	11.586
12	Desember	7.806	8.674	16.480
Total		72.140	81.170	153.310

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung Karang Tahun 2017

Tabel 1.2
Rekap Data Angkutan Penumpang Relasi Tanjung Karang – Kotabumi
Tahun 2017

No	Bulan	Volume Ka		
		Seminung (S10)	Way Umpu (S12)	Total
1	Januari	7.050	8.029	15.079
2	Februari	5.345	6.810	12.155
3	Maret	6.533	7.207	13.740
4	April	7.199	8.090	15.289
5	Mei	8.181	9.262	17.443
6	Juni	6.369	8.125	14.494
7	Juli	6.760	10.051	16.811
8	Agustus	5.958	7.450	13.408
9	September	7.814	8.646	16.460
10	Oktober	8.012	8.804	16.816
11	November	8.100	8.939	17.039
12	Desember	9.713	10.495	20.208
Total		87.034	101.908	188.942

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung Karang Tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api masih belum stabil karena masih mengalami kenaikan dan penurunan dari bulan kebulan kenaikan minat konsumen terlihat pada bulan desember di dua tahun terakhir karena bukan desember merupakan puncak dari hari-hari besar dan hari libur panjang sehingga banyak konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api sedangkan minat konsumen mengalami penurunan dan mengakibatkan volume penjualan mengalami penurunan pada bulan april 2016 dan februari 2017.

Tabel 1.3
Rekap Data Program Oprasional Tahun 2107
Pendapatan Dalam Rupiah (Rp)

Kelas	Program		Realisasi		%	
	Vol	Pend	Vol	Pend	Vol	Pend
Eksekutif	58.790	8.854.083	76.364	11.092.201	129,89	125,28
Bisnis	47.250	5.650.168.	54.474	6.643.047	114,08	117,57
Ekonomi ac	301.005	9.572.306	314.750	9.629.733	104,57	100,60
Krd seminung/ wayumpu (local)	406.284	4.062.840	378.431	3.773.550	93,14	92,88
Total	813.829	28.139.397	824.019	31.138.531	101,25	110,66

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung Karang Tahun 2017

Tabel 1.4
Rekap Data Fasilitas Stasiun Tanjung Karang

No	Fasilitas
1	Ruang tunggu pemberangkatan penumpang full ac,tv
3	Musola full ac
3	Kamar mandi
4	Kotak saran
5	Ruang ibu menyusui

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung

Tabel 1.5
Rekap Data Fasilitas Di Dalam Kereta Api

No	Fasilitas
1	Korsi penumpang
2	Kamar mandi

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung

Tabel 1.6
Rekap Data Kereta Api Stasiun Tanjung Karang

No	Kelas (Nama Kereta)	Tujuan
1	Ekonomi Lokal Krd Seminung	Tanjung karang-kotabumi
2	Ekonomi Lokal Krd Wayumpu	Tanjung karang-kotabumi
3	Eksekutif	Tanjung Karang – Kertapati
4	Bisnis	Tanjung Karang- Kertapati
5	Ekonomi Ac	Tanjung Karang- Kertapati

Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung Karang Tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan empat macam kelas(nama kereta) yang ada atau yang beroperasi di stasiun tanjung karang Bandar lampung kelas pertama dan kedua yaitu kelas ekonomi krd seminung dan Krd way umpu yang

beroprasional di jalur tanjung karang-kotabumi dimana kelas krd seminung ini merupakan kereta api yang di subsidi oleh pemerintah dan tariff atau harga tiket kereta krd seminung yaitu Rp. 10.000/orang Sedangkan kelas ketiga, keempat, dan kelima merupakan kelas ataupun kereta yang beroprasional di rute Tanjung Karang-Kertapati dimana harganya dari ketiga kelas ini berbeda-beda dikarenakan sarana yang tersedia dan kecepatan oprasional pemberangkatan. Disini peneliti memfokuskan penelitian pada kelas Krd Seminung Dan Krd Way Umpu.

Berdasarkan teori jika kualitas pelayanan baik maka minat beli konsumen meningkat, pada kenyataannya kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik dan disertai oleh fasilitas yang disediakan oleh PT KAI seperti ruang tunggu pemberangkatan penumpang (tempat duduk yang full ac, kipas angin, tv, kotak saran), musola, kamar mandi serta di dalam kereta api terdapat korsi penumpang dan kamar mandi, yang menunjang kualitas pelayanan sehingga diharapkan minat beli konsumen mengalami peningkatan. Tetapi realita yang ada menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik minat beli konsumen masih belum stabil masih mengalami kenaikan dan penurunan dalam menggunakan jasa transportasi kereta api dapat dilihat di tabel 1.1 volume penjualan 2016 dimana di tabel tersebut mengalami kenaikan di bulan februari, maret, juli, September, dan desember dan mengalami penurunan di bulan april, juni, agustus, September. sedangkan di tabel 1.2 volume penjualan 2017 mengalami kenaikan di bulan maret, April, Mei, juli, September, oktober, November, desember dan penurunan di bulan februari. Juni, agustus, serta

didukung juga oleh tabel 1.3 membahas mengenai program oprasional yang direncanakan di tahun 2017 berdasarkan tabel tersebut program yang direncanakan tidak terealisasi khususnya pada program krd semining atau krd wayumpu program volume penjualan sebesar 406.284 sedangkan volume penjualan yang terealisasi sebesar 378.431. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API DALAM PERSFEKTIF EKONOMI ISLAM” (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung) .**

D. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah lebih terarah, maka penulis memberikan batasan pada penelitian ini. Adapun batasan masalah tersebut yaitu beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada pengguna jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang serta data yang digunakan yaitu data volume penjualan dari tahun 2016-2017. Penelitian ini memfokuskan pada variabel Independent (x) : kualitas pelayanan (x) terhadap variabel Dependent (y) : minat beli konsumen(y) di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

E. Rumusan masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang?
2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan kereta api di Stasiun Tanjung Karang ?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan maupun informasi dan gambaran tentang variabel apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung Serta Mengetahui Tentang Kajian dalam Perspektif Ekonomi Islam.

- b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkanminat beli konsumen dalam perspektif ekonomi islam. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan dilapangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syari'at islam.

Dalam pandangan Islam, yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa sebagaimana yang dijelaskan dibawah ini:

- a. Prinsip kesatuan atau tauhid (keesaan) ini merupakan wacana teologis yang mendasari aktifitas manusia, termasuk aktifitas bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari pengawasan tuhan.
- b. Prinsip keadilan dan keseimbangan ialah ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang adil

dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan.

- c. Prinsip tanggung jawab, setiap pelaku dalam bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada tuhan atas perilaku bisnis yang mereka jalani.
- d. Tidak menipu (*Al-kazib*) yaitu merupakan sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak menipu di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung dalam hal pembelian tiket, waktu pemberangkatan serta waktu sampai tempat yang dituju.
- e. Melayanai dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh dengan tanggung jawab.

Sebagai mana dijelaskan dalam firman Allah Qur'an surat An-nissa ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-nissa.4:29)¹⁰

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.65

Sedangkan Menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utama adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹¹ Perilaku tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen itu sendiri

Dari pengertian diatas, maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan minat beli konsumen, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak baik dan menyebabkan minat beli konsumen menurun.

¹¹ Saikoo Muhammad, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.h.56

2. Unsur-Unsur dan Dasar Hukum Kualitas Pelayanan

Terdapat lima unsur dalam kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan terhadap para konsumen

- a. *Reability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-Isra' ayat 34 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَرَّةٌ مَسْئُولًا

Artinya : *Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungan jawabnya.*(QS. Al-Isra': 34)¹²

- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi

¹² Departemen Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.227

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (QS. Al-Maidah: 1)¹³

- c. *Assurance* (Jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَبْ تَكُو تَجَرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS.An-Nisa:29)¹⁴

¹³ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.84

¹⁴ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.65

- d. *Empathy* (Empati) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS. An-Nahl:90)¹⁵

- e. *Tangible* (Bukti Fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, contohnya gedung, tempat parkir, media komunikasi dan lain sebagainya yang bersifat fisik.. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-A'raf ayat 26 yang berbunyi:

يَبْنِيٰٓءَادَمَ ۖ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤْوِي سَوَآءَ تَكُمۡ وَرِيشًا ۚ وَلِبَاسُ
التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِّنۢ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (Q.S Al-A'raf:90)¹⁶

¹⁵ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.221

¹⁶ Departemen Agama Ri, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.129

3. Tujuan dari Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah semua bentuk aktifitas perusahaan yang tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain (konsumen) Kualitas pelayanan yang baik diberikan kepada konsumen ini merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan , karena tanpa konsumen, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli antara kedua belah pihak. Umumnya tujuan dari di adakanya kualitas pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan tersebut dapat meningkatkan minat beli dari para konsumen itu sendiri atas pelayanan yang diberikan sehingga perusahaan akan memperoleh laba atau keuntungan .

4. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka hal ini dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk perusahaan seperti :

- a. konsumen akan setia kepada perusahaan
- b. konsumen bisa menjadi media iklan gratis
- c. kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin
- d. konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga
- e. konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

B. Minat Beli Konsumen

1. Pengertian Minat Beli Konsumen

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkannya. Jual beli didefinisikan sebagai perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerima sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

- a. Masalah dalam Perilaku Konsumen Islami Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material daripada aspek kebutuhan yang lain. Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualism dan self interest, maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosioekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi

Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (masalahah).¹⁷

- b. Kebutuhan dan Keinginan Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsep konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialis melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain tanpa memedulikan pada dimensi spiritual karena hal itu dianggapnya berada di luar wilayah otoritas ilmu ekonomi.¹⁸

2. Dasar Hukum Minat Beli Konsumen

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi semenarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai

¹⁷ Ferdhy Febrian, *The Power of Selling*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 174

¹⁸ Ahmad Izzan & Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Cet 1), (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 354

produk yang ditawarkan penjual. Dan memang dalam melakukan suatu usaha untuk menarik minat beli konsumen itu tidak gampang. Karena mereka yang memiliki keputusan pembelian. Jadi sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan. Firman Allah dalam Al-Qur'an tentang balasan usaha¹⁹. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat An Najm/53: 39–40 yang berbunyi:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾

Artinya :“*Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya*”, “*dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihat (kepadanya)*” QS. An Najm/53: 39–40)²⁰

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini

¹⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Graha Ilmuop.cit,2011), h. 130

²⁰ Departemen Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : PT.Syaamil Cipta Media,2004),h.245

diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.²¹

3. Karakteristik Minat Beli Konsumen

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat beli merupakan kecendrungan konsumen untuk membeli suatu barang maupun jasa atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu.

Pembelian nyata terjadi apabila konsumen telah memiliki minat untuk membeli sebuah produk. Pembelian nyata merupakan sasaran akhir konsumen dimana minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan perencanaan untuk membeli sejumlah produk dengan merk

²¹ Beni Rizki, *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen* (Studi pada Masyarakat Kec. Tampan Pekanbaru), Skripsi (Program Studi Manajemen UIN SUSKA Riau, Pekanbaru, 2012), h. 36-37

tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen.²²

Lebih lanjut mengungkapkan bahwa minat beli timbul karena sikap konsumen terhadap suatu objek atau produk, keyakinan konsumen pada kualitas produk, dimana semakin rendah keyakinan konsumen maka akan semakin rendah minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat beli merupakan salah satu tahap yang pada subjek yang sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan.²³ Sehingga dengan mengacu pada pendapat diatas, minat membeli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau dengan pengorbanan. Beberapa karakteristik mengenai minat beli, yaitu

- a. Minat tradisonal, yaitu kecenderungseseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

²² Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 11

²³ Poerwadarminto, Kamus Umum BahasaIndonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), h. 25

- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif tersebut.

Dari pengertian diatas jika kita ingin mempengaruhi seseorang yaitu dengan mempelajari apa yang telah dipikirkan, dengan demikian akan didapatkan bagaimana informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya.

4. Tujuan Minat Beli Konsumen

Kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri :

- a. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa.
Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.
- b. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen

yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

- c. Menceritakan hal yang positif. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika di tanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan mencitrakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.
- d. Kecenderungan untuk merekomendasikan. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain. Ada 4 hal mendasar mengapa konsumen ingin membeli produk atau jasa yang ditawarkan: ²⁴

²⁴ G. William J. Stanton, Fundamentals of Marketing, (Singapore: Graw Hill International, 2002), 10th Edition, h. 87

- 1) Faktor minat beli primer (kebutuhan barang pokok) Kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup oleh calon pelanggan.
Contoh: Bahan makanan pokok (beras, gula, lauk pauk).
- 2) Faktor minat beli sekunder (kebutuhan pelengkap) Kebutuhan pelengkap dan hanya digunakan sesekali oleh calon pelanggan.
Contoh: Pakaian.
- 3) Faktor minat beli tersier (kebutuhan spesifik).
- 4) Kebutuhan yang dianggap tidak terlalu penting oleh calon pelanggan.
Produk ini mempunyai spesifikasi khusus dengan pangsa pasar khusus.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam melakukan analisis perlu kiranya memperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan maupun sesuai dengan ekspektasi konsumen sedangkan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang mempunyai ketergantungan antara variabel satu dengan yang lain, atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yaitu minat

beli konsumen. Minat beli konsumen adalah keinginan seseorang untuk memiliki sesuatu.

Tabel 2.1
Definisi Operasional, Dimensi dan Indikator Pertanyaan

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator pernyataan
1	Minat Beli Konsumen (Y)	Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk baik barang maupun jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa	<p>1. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa.</p> <p>2. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa.</p> <p>3. Menceritakan hal yang positif.</p> <p>4. Membandingkan pengalaman</p>	<p>- Konsumen dapat mengetahui informasi baik barang maupun jasa yang disediakan.</p> <p>- Konsumen bersedia membayar ataupun membeli barang ataupun jasa yang diminatinya.</p> <p>- Konsumen dapat menceritakan pengalaman ataupun hal bersifat positif yang dialaminya dalam membeli ataupun menggunakan produk barang maupun jasa terhadap konsumen lainnya.</p> <p>- konsumen dapat membandingkan</p>

			<p>sebelum menggunakan dan sesudah menggunakan atau memanfaatkan sesuatu baik barang maupun jasa</p> <p>5. Kecenderungan untuk merekomendasikan.</p>	<p>pengalamannya pada saat sebelum menggunakan atau sesudah menggunakan transportasi kereta api apakah ingin menggunakan kembali atau tidak ingin menggunakannya kembali sesuai dengan pengalaman yang mereka alami.</p> <p>- Konsumenten dapat merekomendasikan kepada konsumen lainnya apabila mereka merasa nyaman dari apa yang mereka gunakan seperti barang ataupun jasa.</p>
2	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah modal yang dapat menggambarkan kondisi dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam	1. Keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang nyaman dan memuaskan.	- PT KAI Stasiun Tanjung Karang mampu menunjukkan kemampuannya untuk melayani secara nyaman dan memuaskan.

		mengevaluasi kualitas	<p>2. Daya tanggap Yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang baik dan nyaman.</p> <p>3. Jaminan yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang diperrcaya yang dimiliki para staf.</p> <p>4. Perhatian Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apabila ada permasalahan yang dihadapi oleh para konsumen PT KAI Stasiun Tanjung Karang bersedia untuk membantu memecahkan masalah sesegera mungkin yang dihadapi oleh para konsumen. - Manajemen dan karyawan PT KAI Stasiun Tanjung Karang mempunyai kemampuan dan keterampilan tentang pelayanan yang diinginkan. - Untuk memudahkan dalam menjalin komunikasi yang baik dengan para konsumen
--	--	-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			memahami kebutuhan para konsumen.	
			5. Bukti fisik yaitu berupa gedung stasiun, transportasi kereta api, fasilitas yang disediakan, serta para staf yang ada didalamnya.	- PT KAI Stasiun Tanjung Karang menyediakan fasilitas baik berupa gedung, kereta api dan apara staf yang dapat membuktikan dan menciptakan nyaman kepada konsuemen.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pengkajian teori tidak akan terlepas dari kajian pustaka atau studi pustaka karena teori secara nyata dapat diperoleh melalui studi atau kajian kepustakaan. Menurut prastowo kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi ilmiah, berupa teori-teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah di dokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman, dokumen-dokumen dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan.²⁵

²⁵ Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h.81

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hikmatul Barirroh (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Minimarket Indomart Dan Minimarket Alfamart). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan minat konsumen mini market indomart dan alfamart hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan baik maka akan berdampak terhadap peningkatan minat beli konsumen dan sebaliknya

Peneliti menggunakan satu variabel bebas(x) yaitu kualitas pelayanan(x) dan variabel terikat(y) minat beli konsumen sama dengan penelitian terdahulu yang membedakan studi dalam penelitiannya dimana peneliti menggunakan variabel terikat (y) minat beli pada konsumen indomart dan alfamart melakukan penelitian di Stasiun Kereta Api sedangkan peneliti terdahulu melakukan penelitian di minimarket indomart dan alfamart.

2. Penelitian yang dilakukan Tommy Sidharta (2016) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Minat beli kembali konsumen (studi kasus pada konsumen perusahaan jasa servis Daihatsu astra international di surakarta), hasil penelitian data diperoleh hasil bahwa dari kelima aspek kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terbukti mempengaruhi minat beli konsumen jasa servis Daihatsu Astra International di Surakarta.

Peneliti menggunakan satu variabel bebas(x) yaitu kualitas pelayanan(x) dan variabel terikat (y) minat beli konsumen sama dengan penelitian terdahulu yang membedakan studi dalam penelitiannya dimana peneliti melakukan penelitian di Stasiun Kereta Api sedangkan peneliti terdahulu melakukan penelitian di deler daihatsu astra internasional.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Bari'ah, Zaenal Abidin, Harlina Nurtjahjanti (2015) Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan minat menabung nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran. Semakin baik kualitas layanan, maka semakin tinggi minat menabung nasabah. Sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan, maka semakin rendah pula minat menabung nasabah.

Peneliti menggunakan satu variabel bebas(x) yaitu kualitas pelayanan(x) dan variabel terikat (y) minat beli konsumen sama dengan penelitian terdahulu yang membedakan studi dalam penelitiannya dimana peneliti melakukan penelitian di Stasiun Kereta Api sedangkan peneliti terdahulu melakukan penelitian di PT BRI Kantor Cabang Ungaran.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Aptaguna, Pitaloka (2016) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jasa GO-JEK GO-ride. Sedangkan variabel

harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jasa GO-JEK GO-ride.

Peneliti menggunakan satu variabel bebas(x) yaitu kualitas pelayanan(x_1) dan variabel terikat (y) minat beli konsumen sedangkan penelitian terdahulu memiliki variabel (x) lebih dari satu dimana variabel (x_1) kualitas pelayanan dan variabel (x_2) harga dan studi dalam penelitian terdahulu pada GO-JEK sedangkan peneliti melakukan penelitian di Stasiun Kereta Api, persamaanya sama-sama variabel (x_1) kualitas pelayanan dan variabel (y) minat beli konsumen.

Dari keempat penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dalam variabel ataupun dari hasil penelitian, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama penelitian kuantitatif alat untuk menguji dalam penelitian menggunakan SPSS dan menggunakan uji regresi sederhana dikarenakan hanya memiliki satu variabel independen(x) pada variabel (x) kualitas pelayanan dan variabel (y) minat beli konsumen hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen walaupun dalam persentase(%) pengaruhnya hanya sedikit. Perbedaanya adalah pada penelitian terdahulu dimana variabel (x) nya lebih dari satu yaitu harga merupakan variabel (x_2) pada penelitian terdahulu yang keempat.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²⁶ Komponen utama pada kerangka pemikiran dikembangkan adalah independen variabel (variabel bebas), dependen variabel (variabel terikat). Dalam kerangka pemikiran dibawah penulis mencoba untuk menguraikan apakah terdapat hubungan antara variabel x (kualitas pelayanan) terhadap variabel y (minat beli konsumen) dengan berpegang teguh dan menggunakan dasar hukum al-qur'an dan As Sunna



Sumber :berdasarkan data diolah 2018

²⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 242

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian.²⁷ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan kepada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis akan diterima apabila fakta-fakta membenarkan, dan akan ditolak jika ternyata salah. Dimana hipotesis nol atau tidak berpengaruh dilambangkan dengan H_0 , dan hipotesis alternatif atau berpengaruh dilambangkan H_1 .

Hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. Kualitas pelayanan:

H_0 =Kualitas Pelayanan(X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen(Y)

H_1 =Kualitas Pelayanan(X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen(Y)

²⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&G*, Bandung, Alfabeta, 2015, h.63

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metodelogi penelitian beerasal dari kata “*metode*” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “*logos*” yang artinya ilmu atau pengetahuan , jadi “metodelogi” adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporanya.²⁸

B. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api Krd Seminung Atau Way Umpu jursan Tanjung Karang-Kotabumi pada Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung . Konsumen yang telah melakukan pembelian tiket minimal dua kali pembelian akan diberikan kuesioner untuk di isi, kemudian data yang diperoleh akan dianalisis .

²⁸ Cholid Nurbuko dan Abu Acyadi, *Metedologi Penelitian* (Jakarta: Bumi aksara, 2009), h. 1

C. Sifat dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya (*grand tour observation dan grand tour question*) atau yang disebut dengan penjelajah umum.²⁹ Penelitian ini meneliti kondisi objektifitas dilapangana tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api. Jika dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis bertujuan untuk mendeskriptifkan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat kuantitatif, adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ada.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantittif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung Alfabet,2015),h. 209

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli.³⁰ Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah dengan menanyakan kepada responden langsung dengan menyebarkan angket (kuesioner) kepada para konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data skunder sebagai data pendukung dalam penelitian ini penulis juga menggunakan data skunder. Data skunder adalah data yang diperoleh dari eksternal maupun internal.³¹ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang berkaitan dengan tema skripsi seperti buku, jurnal, maupun karya ilmiah serta data yang dimiliki oleh PT KAI Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut :

³⁰ Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008), h.102

³¹ *Ibid.* h.103

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Didalam penelitian ini penulis menggunakan Observasi Nonpartisipan dengan Observasi Terstruktur. Observasi Nonpartisipan adalah peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen, peneliti mencatat dan menganalisis dan selanjutnya dapat membuat kesimpulan tentang kepuasan konsumen. Sedangkan Observasi Terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti variabel apa yang akan diamati.³²

2. Kuesioner (Angket)

Merupakan suatu penyelidikan terhadap suatu masalah yang banyak kepentingan umum tentang banyak dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban (tanggapan atau respon).³³ Kuesioner ditujukan

³² *Ibid*, h. 145

³³ *Ibid*, h. 83

kepada konsumen yang ada di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

Adapun skala pengukuran yang dipakai adalah *skala likert* atau ordinal . skala jenis ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. atau dari positif sampai sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawabannya bisa diberi skor:

- 
- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1) Sangat Setuju | (SS) diberi skor 5 |
| 2) Setuju | (S) diberi skor 4 |
| 3) Ragu-ragu | (RG) diberi skor 3 |
| 4) Tidak Setuju | (TS) diberi skor 2 |
| 5) Sangat Tidak setuju | (STS) diberi skor 1 |

3. Interview (Wawancara)

Metode wawancara adalah suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan dalam suatu masalah.³⁴ Metode ini sebagai metode bantuan untuk mendapatkan informasi yang terus mengklasifikasi data-data yang dibutuhkan sehingga dapat diperoleh data yang akurat yang mengenai

³⁴ *Ibid*, h.146

kualitas pelayanan untuk minat beli konsumen. Wawancara ditujukan kepada Bapak M. Rasyid selaku Kepala Sub Urusan Pelayanan dan Komersil Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mencari data tentang variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prakata, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya.³⁵ penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersumber dari dokumentasi tertulis yang sesuai dengan keperluan penelitian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan konkrit.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁶ Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api dengan kelas Krd Seminung Atau Way Umpu jurusan Tanjung Karang-Kotabumi dengan jumlah konsumen dalam satu tahun sebanyak 108.000 orang sedangkan rata-rata dalam satu bulan

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, Rajawali, Press Jakarta, 2002. h.148

³⁶ Sugiono., *Op. Cit.*, h..80

sebanyak 9000 orang sehingga dari perhitungan tersebut diperoleh hasil rata-rata perhari sebanyak 300 orang yang menggunakan jasa transportasi kereta api perhari, berdasarkan perhitungan tersebut populasi yang peneliti gunakan sebanyak 300 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi terkecil yang dapat menggeneralisasi yang diambil dari sebagai sumber data dan dapat mewakili populasi.³⁷ Penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Besarnya sampel yang diambil dihitung berdasarkan rumus slovin yaitu:³⁸

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian (10%)

³⁷ Sugiono., *Op. Cit.*, h.81

³⁸ Usman, Husnaini dan Setiadi, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003),h.241

Berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel untuk konsumen surya pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1)^2} = 75 \text{ konsumen}$$

Setelah melihat hasil perhitungan dari pengambilan sampel, penulis menetapkan pengambilan sampel 75 responden. Oleh sebab itu, untuk penyebaran angket kuesioner tersebut berjumlah 75 kuesioner hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang lebih spesifik. Dengan demikian peneliti menggunakan teknik random sampling karena, pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi di anggap homogeny.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan bantuan SPSS 23 *for windows*. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal, maka diperlukan pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ini diukur. Sekira peneliti menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukurnya . Uji ini dilakukan

dengan cara membandingkan R hitung dan R tabel dengan menggunakan metode spss 23.

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah instrumen untuk mengukur ketepatan, keterandalan, *consistency*, *stability*, atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan.³⁹ Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan peramalannya.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik regresi merupakan uji persyaratan jika kita menggunakan analisis regresi linear. Jika asumsi tersebut dilanggar, misal model regresi tidak normal,

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan sebaliknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Metode yang baik yang layak digunakan untuk penelitian ini adalah metode *kolmogrov smirnov* untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang digunakan.

³⁹ Husaini Usman dan R, Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Bumi Aksara, Jakarta, 2000), h.28

H. Alat Uji Hoipotesis

1. Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk model hubungan satu variable independen(x) dan satu variabel dependen(y). Analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen.

Rumus Regresi Linear sederhana

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan:

Y= minat beli konsumen

x_1 = kualitas pelayanan

a= Bilangan Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b= koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e= error

2. Uji t (Uji parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh dari variabel independen yang terdiri atas kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api yang merupakan variabel dependennya. Uji t yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengambilan

keputusan uji hipotesis secara parsial juga didasarkan pada nilai signifikan yang didapatkan dari hasil dengan kriteria uji :

- a. Apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁴⁰
- c. jika hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dikatakan signifikan dan sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dikatakan tidak signifikan.

3. R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

⁴⁰*Ibid*, h. 51

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Pengertian Kereta Api

Kereta api adalah bentuk sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lain yang bergerak di rel dengan demikian kereta api hanya dapat bergerak atau berjalan pada lintasan atau jaringan rel yang sesuai dengan peruntukannya, hal ini menjadi keunggulannya karena tidak terganggu dengan lalu lintas lainnya.

2. Sejarah PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Stasiun Tanjung Karang

Perhitungan jarak rel kereta api dimulai dari Stasiun Panjang. Lampung (KM 0) yang telah ditutup sejak beroprasinya pelabuhan Bakauni yang menghentikan hegemoni pelayanan penumpang dari Pelabuhan Panjang yang terintegrasi dengan jalur kereta api melalui Stasiun Panjang. Dari pelabuhan tersebut, ruas jalur kereta api berakhir di Stasiun Prabumulih (Sumatra Selatan) km 332+705. Peta antara Stasiun Tanjung Karang dengan Prabumulih sendiri merupakan perbatasan anantara Divre III Palembang dan Divre IV Tanjung Karang. Dari stasiun besar hingga kecil di dirve IV TNK rata-rata merupakan stasiun *long*

seding dengan panjang emplasemen antara 900-1000m atau lebih. Bahkan Stasiun Tulung Buyut merupakan stasiun dengan emplasemen terpanjang di Indonesia. Spoor belok Tulung Buyut 2200m.

Sekitar tahun 1911, transmigrasi pulau Jawa yang didatangkan Hindia Belanda ke Lampung pada tahun 1905 berhasil membangun perkebunan kaitsyuk, embakau, kopi, karet, kelapa dalam, dan kelapa sawit. Gubernur Jenderal Hindia Belanda di Batavia lalu menganggap saran angkutan hasil-hasil bumi dari Sumatra Selatan ke pulau Jawa jika terlalu mengandalkan pelayanan laut terlalu banyak memakai biaya dan waktu serta sulit memasuki pelabuhan di Palembang, Kerui, dan Menggala. Maka diputuskan reduksi biaya transportasi dan waktu pengiriman hasil bumi dengan membangun rel kereta api Palembang Tanjung Karang.

Rel kereta api pertama kali di pulau Sumatera dibangun di Aceh pada tahun (1874), di Sumatera Utara pada tahun (1886), di Sumatera Barat (1891), kemudian di Sumatra Selatan pada tahun (1911). Tahun 1911 pembangunan rel KA dimulai oleh pemerintahan Hindia Belanda untuk mengangkut hasil bumi, hasil hutan, dan perkebunan dari negeri jajahan Sumatera. Lintas kereta di Sumatera bagian selatan pertama kali dibangun sepanjang 12 kilometer dari Panjang menuju Tanjung Karang, Lampung. Jalur rel ini mulai dilalui kereta pada tanggal 3 Agustus 1914. Pada waktu bersamaan dilaksanakan juga pemasangan dan pembangunan lintas rel dari Kertapati, menuju Kota Prabumulih Sumatera Selatan. Sampai 1914,

jalur rel lintas Prabumulih hingga Prabumulih mencapai jarak 78 Kilometer.

Perlahan, jalur rel kemudian dikembangkan untuk mengangkut batu bara dari empat penambangannya di Tanjung Enim. Kemudian dikembangkan juga ke jalur Lahat. Terdapat sebuah bengkel besar kereta (sekarang dinamakan Balai Yasa Lahat) yang berfungsi untuk perbaikan dan perawatan kereta api. Akhirnya pemerintah Hindia Belanda melalui *Zuid Soematera Spoorwegen* (ZSS) tuntas membangun rel kereta api di Lampung dan Sumatera Selatan hingga 529 km. seluruhnya merupakan rel terbesar 1.067 mm. Sumatera mayoritas Negara menggunakan rel selebar 1.435 mm yang menjaga stabilitas kereta lebih baik agar bisa berjalan dengan kecepatan lebih tinggi. Awalnya, ZSS berencana membangun rel hingga Tapanuli tetapi dihempaskan kebangkerutan perusahaan akibat resesi setelah Perang Dunia I, yaitu Great Depression yang ternyata berdampak ke rel Sumatera.

3. Lokasi PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang terletak di Jalan Teuku Umar No.23, Kota Bandar Lampung, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Enggal, Provinsi Lampung, 35111.

4. Gambaran Stasiun Kereta Api Tanjung Karang

Stasiun Tanjung Karang (TNK) merupakan stasiun kereta api kelas besar tipe A yang terletak di kota Bandar Lampung. Stasiun ini merupakan salah satu stasiun dalam jalur kereta api yang menghubungkan Bandar Lampung dengan dengan Kota Palembang, Sumatera Selatan. stasiun yang terletak pada ketinggian +96 m ini merupakan stasiun kereta api terbesar yang berada dalam pengelolaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang.

Stasiun ini difungsikan untuk pemberangkatan kereta api jarak jauh yang melayani perjalanan hingga stasiun kertapati. Mulanya stasiun ini dikelola oleh Eksploitasi Sumatera Selatan yang kemudian berubah menjadi Divisi Regional III Sumatera Selatan dan Lampung. Sejak 1 Mei 2016, stasiun yang sebelumnya termasuk dalam Subdrive III.2, Akhirnya termasuk dalam Divisi Regiona IV Tanjung Karang.

5. Visi, Misi, dan Kebudayaan Perusahaan PT KAI (Persero) Divisi Regional IV Tanjung Karang

a. Visi

Menjadi penyedia asa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*

b. Misi

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapiaan dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik

untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama yaitu Keselamatan, Ketepatan Waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

c. Budaya Perusahaan

1) Integritas

Kami Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

2) Professional

Kami Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai, untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

3) Keselamatan

Kami Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

4) Inovasi

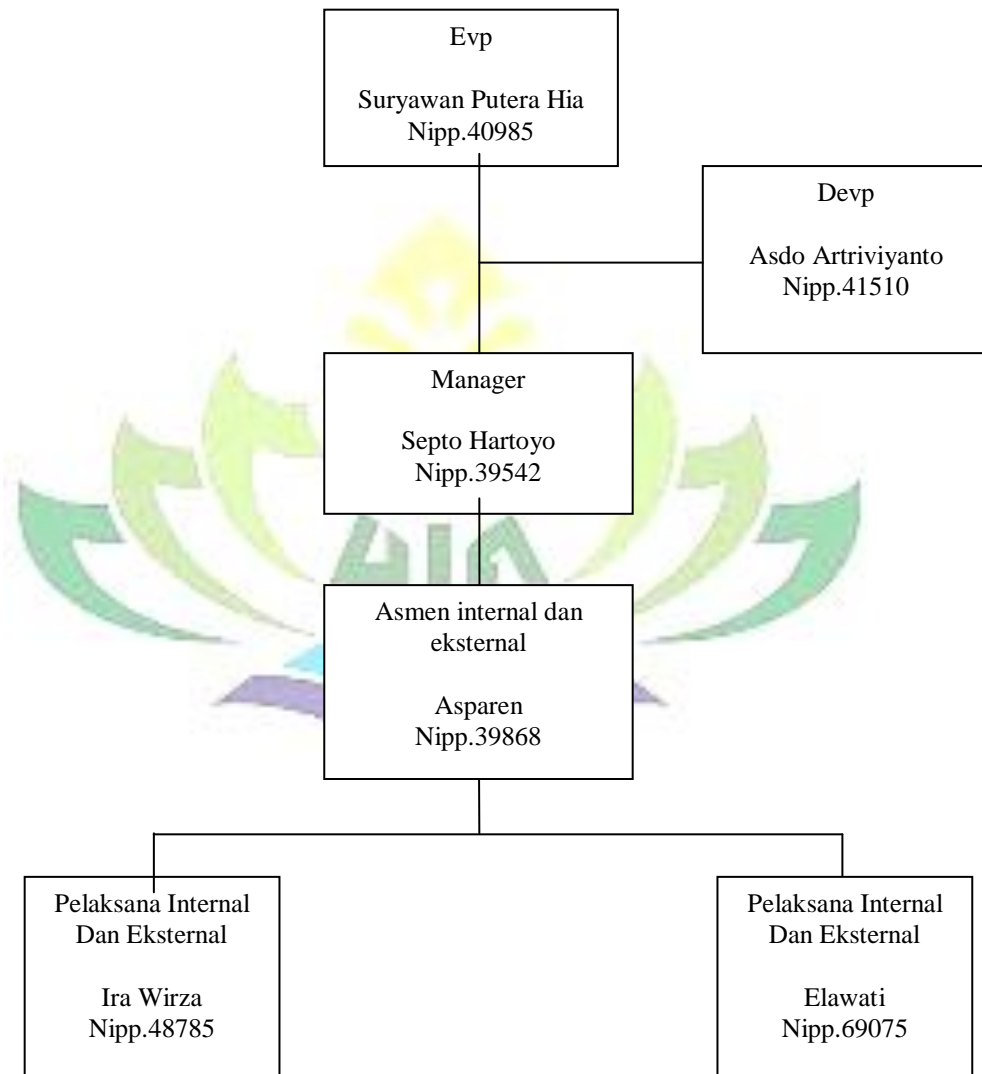
Kami Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi *stakeholder*.

5) Pelayanan Prima

Kami Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok : *Ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), dan *accountability* (tanggung jawab)

6. Struktur Organisai Stasiun Tanjung Karang

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Humas Stasiun Tanjung Karang



Sumber: Stasiun Kereta Api Divisi Regional IV Tanjung Karang Tahun 2018

A. Gambaran Umum Responden

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran umum responden yang berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, pekerjaan dan sudah berapa kali para konsumen menggunakan jasa kereta api. Penelitian ini dilakukan di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung pada tanggal 7-10 November 2018 pada pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB dengan jumlah responden sebanyak 75 orang.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	42 orang	56%
2.	Perempuan	33 orang	44%
Total		75 orang	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Table 4.2 tersebut menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 42 orang atau sebesar 56% dan responden perempuan sebanyak 33 orang atau sebesar 44%.

2. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase(%)
1.	SD	5 orang	7 %
2.	SMP	11 orang	15%
3.	SMA	43 orang	57%
4.	D2/D3	3 orang	4%
5.	S1/S2	13 orang	17%
Total		75 orang	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data dari table 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan SD berjumlah 5 orang atau sebesar 7%, SMP berjumlah 11 orang atau sebesar 15%, SMA berjumlah 43 orang atau sebesar 57%, D2/D3 berjumlah 3 orang atau sebesar 4%, dan S1/S2 berjumlah 13 orang atau sebesar 17%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung sebagian besar lulusan SMA sebanyak 43 responden atau sebesar 57%.

3. Usia Responden

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase(%)
1.	17-20 tahun	20 orang	27%
2.	21– 30 tahun	13 orang	17%
3.	31- 40 tahun	24 orang	32%
4.	> 41 tahun	18 orang	24%
Total		75 orang	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data dari table 4.4 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-20 tahun berjumlah 20 orang atau sebesar 27%, responden ber usia 21-30 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 17%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 24 orang atau sebesar 32%. responden yang berusia >41 tahun berjumlah 18 orang atau sebesar 24%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjun Karang Bandar lampung yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah berusia 31-40 tahun atau sebesar 32%.

4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Peresentase(%)
1.	Mahasiswa	20 orang	27%
2.	Pegawai Negeri Sipil	9 orang	12%
3.	Pedagang	28 orang	37%
4.	Wiraswasta	14 orang	19%
5.	Petani	4 orang	5%
Total		75 orang	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan table 4.5 tersebut terlihat bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 20 orang atau 27%, responden Pegawai Negeri Sipil berjumlah 9 orang atau sebesar 12%, responden yang bekerja sebagai pedagang berjumlah 28 orang atau sebesar 37%, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 14 orang atau sebesar 19%, responden yang bekerja petani berjumlah 4 atau sebesar 5% dan dengan pekerjaan lainnya berjumlah 3 orang atau sebesar 3%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanung Karang Bandar Lampung yang diambil sebagai responden adalah pedagang.

5. Penggunaan Kereta Api

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Penggunaan Kereta Api

No	Menggunakan	Jumlah	Presentase(%)
1.	1-5 kali	5 orang	8%
2.	5-10 kali	3 orang	4%
3.	10-15 kali	20 orang	26%
4.	15-20 kali	27 orang	36%
5.	>dari 20 kali	20 orang	26%
Total		75 orang	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Table 4.6 diatas menunjukan bahwa responden sudah pernah menggunakan jasa transportasi kereta api 1-5 kali berjumlah 5 orang atau sebesar 8%, responden sudah pernah menggunakan jasa transportasi kereta api 5-10 kali berjumlah 3 orang atau 4%, responden sudah pernah menggunakan jasa transportasi kereta api 10-15 kali berjumlah 20 orang atau 26%, responden sudah pernah menggunakan jasa transportasi kereta api 15-20 kali berjumlah 27 orang atau sebesar 36%, responden sudah pernah menggunakan jasa transportasi kereta api >dari 20 kali berjumlah 20 orang atau 26%

B. Analisis Data

1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

a. Variabel X₁ (Kualitas Pelayanan)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variable Variabel X dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden berdasarkan
Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{1.1}	0	0	0	0	3	4	37	49	35	47	75	100
2	X _{1.2}	0	0	0	0	0	0	33	44	42	56	75	100
3	X _{1.3}	0	0	0	0	3	4	26	35	46	61	75	100
4	X _{1.4}	0	0	1	1	13	17	27	36	34	45	75	100
5	X _{1.5}	0	0	0	0	4	5	42	56	29	39	75	100

Sumber : Data Primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju dan setuju, dengan jawaban sangat setuju paling banyak dipilih oleh responden pada item ke 3 sebanyak 46 responden atau sebesar 61%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas baik dimata para konsumen.

b. Variabel Y (Minat beli konsumen)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variable Y dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Minat Beli Konsumen

No	Pertanyaan	STS		TS		RR		S		SS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	0	0	0	0	22	29	40	54	13	17	75	100
2	Y.2	0	0	3	4	11	15	50	66	11	15	75	100
3	Y.3	0	0	0	0	8	11	59	78	8	11	75	100
4	Y.4	0	0	0	0	8	11	57	76	10	13	75	100
5	Y.5	0	0	0	0	15	20	53	71	7	9	75	100

Sumber : Data Primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju, dengan jawaban paling banyak dipilih oleh responden pada item ke 3 sebanyak 59 responden atau sebesar 78%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak konsumen yang berminat menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung .

1) Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguku ketepatan item-item dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas item ditunjukkan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Uji validitas sebaliknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5 % dengan $n = 75$ sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah : $r(0,05; 75-2 = 73) = 0,227$

Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 23.

Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Item Pertanyaan	R_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0,544	0,227	Valid
Item 2	0,519	0,227	Valid
Item 3	0,436	0,227	Valid
Item 4	0,569	0,227	Valid
Item 5	0,415	0,227	Valid

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas maka keseluruhan item pada variabel X1 kualitas pelayanan dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli Konsumen)

Item Pertanyaan	R_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0,593	0,227	Valid
Item 2	0,503	0,227	Valid
Item 3	0,674	0,227	Valid
Item 4	0,707	0,227	Valid
Item 5	0,796	0,227	Valid

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas maka keseluruhan item pada variabel Y minat beli konsumen dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha . Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ($> 0,60$).

Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 23. Adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

Variabel	CronbachAlpha	Keterangan
X_I	0,682	Reliabel
Y	0,719	Reliabel

Sumber Data primer diolah, tahun 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliable.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan uji Kolmogrov Smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.12
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.33903012
Most Extreme	Absolute	.100
Differences	Positive	.062
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode kolmogorov smirnov diatas diketahui bahwa nilai signifikan $0,060 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

3) Teknik Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk model hubungan satu variable independen(x) dan satu variabel dependen(y). Analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau

penurunan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa $n = 75$ pada tingkat signifikan 5% dengan menggunakan uji dua sisi diperoleh nilai t tabel ($73: 0,025$) sebesar 1,933 sedangkan t hitung dari variabel (x) yaitu kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.084	.434		2.500	.014
kualitas pelayanan	.626	.133	.430	4.709	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber Data primer diolah, tahun 2018

Secara umum persamaan regresi linier sederhana adalah

$Y = a + bX + e$. Dimana a sebesar 1,084 angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa tidak ada kualitas pelayanan (X) maka nilai konsisten minat beli konsumen (Y) adalah 1,084. Sedangkan b merupakan angka koefisien regresi dimana nilai sebesar 0,626 angka ini mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% kualitas pelayanan (X), maka minat beli konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,626. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh

positif terhadap minat beli konsumen (Y). sehingga persamaan regresinya adalah $Y=1,084+0,626X+e$

Dimana :

Y : Variabel Minat Beli Konsumen

X : Kualitas Pelayanan

Berdasarkan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta 1,084 menunjukkan besarnya tingkat minat beli konsumen adalah 1.084 jika variabel kualitas pelayanan (x) adalah 0 (nol).
- b) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan minat beli konsumen yaitu $b = 0,626$ yang berarti pengaruhnya sebesar 0,626 dimana apabila kualitas pelayanan naik satu satuan maka minat beli konsumen akan naik sebesar 0,626 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

4) Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individu dalam variasi variabel dependen terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 maka dapat

dinyatakan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial dalam analisis regresi :

a) Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel

Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika nilai t hitung $<$ dari t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS

Jika nilai signifikan $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika nilai signifikan $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. H_0 ditolak.

Tabel 4.14
Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.084	.434		2.500
	kualitas pelayanan	.626	.133	.430	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber Data primer diolah, tahun 2018

Dari hasil perhitungan diatas didapatkan nilai t hitung sebesar 4,709 > 1,993 dan nilai signifikan 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen.

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai beta yaitu sebesar 0,626. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan(x) semakin tinggi pula minat beli konsumen(y).

5) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 ^a	.185	.176	.68399

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan
Sumber Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya R^2 adalah 0,185 (18,5%) hal ini

menunjukkan besarnya kemampuan variabel bebas adalah 18,5% sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya memberikan kontribusi sebesar 18,5% terhadap variable minat beli konsumen dan sisanya 81,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga tiket,fasilitas penumpang, ketepatan waktu dalam perjalanan kereta api yang diluar persamaan diatas.

Berdasarkan pengujian t hitung $> t$ tabel yaitu $4,709 > 1,993$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung .berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa koefisien yang dimiliki oleh variabel (x) kualitas pelayanan memiliki nilai yang cukup besar hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula minat beli konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari apa yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan minat beli konsumen, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa

yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak baik dan menyebabkan minat beli konsumen menurun.

PT KAI Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung selalu memberikan layanan terbaik kepada para konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api. Hal ini dilihat dari jawaban responden yang menyatakan sangat setuju (SS) terhadap item pernyataan no X1-3 indikator *assurance* (jaminan) mengenai manajemen dan karyawan PT KAI Stasiun Tanjung Karang mempunyai kemampuan dan keterampilan tentang pelayanan yang diinginkan dengan persentase mencapai 61% atau sebanyak 46 konsumen yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan sebanyak 42 orang menjawab setuju (S) dengan item pernyataan pada item X1-5 indikator *reability* dengan persentase 56% ,sebanyak 13 orang menjawab ragu-ragu (RG) dengan item pernyataan pada item X1-4 indikator *Empathy* dengan persentase mencapai 17%.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan paling kuat dipengaruhi oleh indikator *assurance* sehingga menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat beli konsumen di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Bari'ah, Zaenal Abidin, Harlina Nurtjahjanti yang berjudul "Hubungan Antara Kualitas Layanan

Bank Dengan Minat Menabung Nasabah Pt Bri Kantor Cabang Ungaran” dengan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan sebesar 71,5% minat menabung nasabah PT. BRI di Kantor Cabang Ungaran diprediksi oleh variabel kualitas layanan, sedangkan 28,5% sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian. Walaupun penelitian ini membahas mengenai minat menabung nasabah akan tetapi dapat dikaitkan antara minat menabung pada penelitian ini tentang minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api yang mana hal tersebut adalah sama-sama pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen, maka dari itu penulis memutuskan untuk menggunakan hasil penelitian ini sebagai tinjauan pustaka.

2. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Kereta Api di Stasiun Tanjung

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk meningkatkan minat beli semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya. Dalam pandangan Islam, yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam juga

mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip ekonomi islam sebagai mana dijelaskan dibawah ini:

- a. Prinsip kesatuan atau tauhid (keesaan) ini merupakan wacana teologis yang mendasari aktifitas manusia, termasuk aktifitas bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari pengawasan tuhan. Setelah dilakukan penelitian dalam mengimpementasikan prinsip tauhid pada Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung, bisa dilihat dari konsep tauhid dalam kualitas pelayanan dimana para pegawai PT KAI yang perempuan lebih dari 50% menggunakan jilba didukung pula fasilitas mushola yang disediakan di dalam Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.
- b. Prinsip keadilan dan keseimbangan ialah ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Setelah dilakukan penelitian di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung dalam menjalankan usahanya memperlakukan semua konsumen dengan perlakuan yang sama, tidak membedakan konsumen satu dengan konsumen yang lain contohnya dalam mengantri pembelian tiket tidak ada yang dispesialkan melainkan semua sama-sama mengantri. Oleh karena itu pihak Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung sudah menerapkan prinsip keadilan.

- c. Prinsip tanggung jawab, setiap pelaku dalam bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada tuhan atas perilaku bisnis yang mereka jalani. Pihak Stasiun bertanggung jawab penuh atas keamanan dan kenyamanan para konsumen oleh karena itu pihak PT KAI menyediakan polysuska atau yang lebih dikenal dengan polisi kereta api untuk mengawasi perjalanan para *konsumen* sampai tempat tujuan.
- d. Tidak menipu (*Al-kazib*) yaitu merupakan sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak menipu di Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung dalam hal pembelian tiket, waktu pemberangkatan serta waktu sampai tempat yang dituju.
- e. Melayanai dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh dengan tanggung jawab.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung dalam menjalankan usahanya sudah memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yang berdasarkan Al-qur'an da hadits.

Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah Qur'an An-nisaa ayat 29 yang berbunyi :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-nissa: 29)⁴¹



⁴¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2004), h. 65

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada penelitian diatas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen studi pada konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

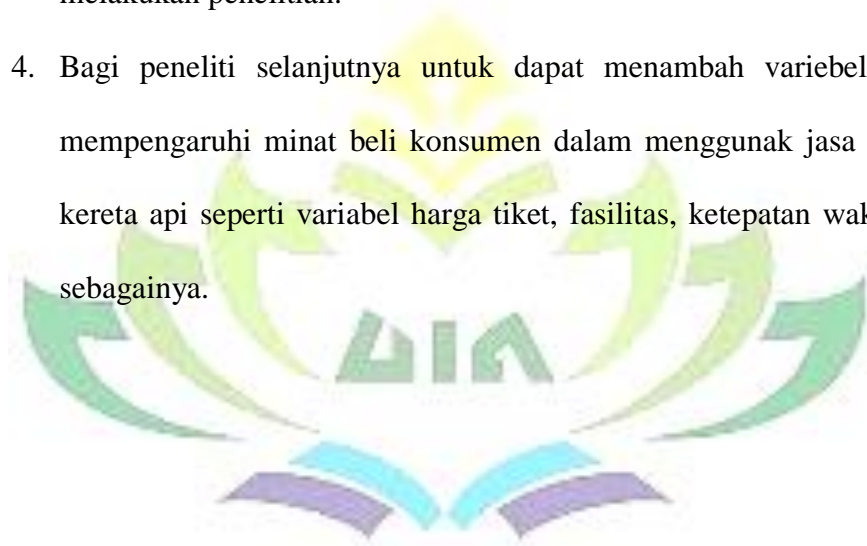
1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api, Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi minat beli konsumen. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan dan minat beli konsumen banyak dipengaruhi oleh indikator *ussurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik) dan *empaty* (empati).
2. Pandangan ekonomi islam terhadap kualitas pelayanan kereta api di Stasiun Tanjung karang, islam memandang bahwa dalam memberikan kualitas pelayanan haruslah adil (*qimah al adl*). dalam pandangan islam yang dijadikan tolak ukur untuk melihat kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah, yaitu tidak menipu (*al-kazib*), melayani dengan rendah hati (*khidmah*) sikap ramah tamah, sopan santun, mura senyum, jujur, dan penuh tanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka penulis meberikaan saran terhadap penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi pihak PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung dianjurkan untuk terus menjaga dan meningkatkan pelayanan, terutama pelayanan dalam bentuk infrastruktur seperti ruang tunggu sebelum waktu pemberangkatan kereta api Krd Seminung ataupun Krd Wayumpu (istirahat) karena belum memenuhi harapan konsumen, sehingga perlu ditingkatkan lagi. Selain itu, diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen guna meningkatkan minat beli konsumen, sehingga dapat menjaga kesetiaan konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan merasa setia dalam menggunakan jasa transportasi kereta api Krd Seminung ataupun Krd Wayumpu di Stasiun Tanjung Karang Badar Lampung .
2. Bagi konsumen jadilah konsumen yang cerdas dalam memilih moda transportasi yang murah, aman dan nyaman sehingga terjamin samapai tempat tujuan dikarnakan PT KAI (Persero) Tanjung Karang sudah menyediakan polsuska untuk menjaga pemberangkatan para konsumen dari Stasiun pemberangkatan sesampainya Staisun yang dituju.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya tidak hanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung saja tetapi fakultas lainnya dari UIN Raden Intan Lampung serta diharapkan peneliti selanjutnya juga memperbanyak variabel lain seperti ketepatan waktu, harga, fasilitas dan menambah jumlah responden dalam melakukan penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api seperti variabel harga tiket, fasilitas, ketepatan waktu dan lain sebagainya.



Lampiran 8

Uji Validitas

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.598**	.113	-.115	.221	.544**
	Sig. (2-tailed)		.000	.333	.325	.057	.000
	N	75	75	75	75	75	75
x1.2	Pearson Correlation	.598**	1	.220	-.090	.176	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000		.058	.441	.130	.000
	N	75	75	75	75	75	75
x1.3	Pearson Correlation	.113	.220	1	.135	-.084	.436**
	Sig. (2-tailed)	.333	.058		.247	.475	.000
	N	75	75	75	75	75	75
x1.4	Pearson Correlation	-.115	-.090	.135	1	.191	.569**
	Sig. (2-tailed)	.325	.441	.247		.100	.000
	N	75	75	75	75	75	75
x1.5	Pearson Correlation	.221	.176	-.084	.191	1	.415**
	Sig. (2-tailed)	.057	.130	.475	.100		.000
	N	75	75	75	75	75	75
x1	Pearson Correlation	.544**	.519**	.436**	.569**	.415**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1
y1.1	Pearson Correlation	1	.413**	.538**	.047	.311**	.593**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.686	.007	.000
	N	75	75	75	75	75	75
y1.2	Pearson Correlation	.413**	1	.687**	.179	.181	.503**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.125	.121	.000
	N	75	75	75	75	75	75
y1.3	Pearson Correlation	.538**	.687**	1	.201	.233*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.084	.044	.000

	N	75	75	75	75	75	75
y1.4	Pearson Correlation	.047	.179	.201	1	.649**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.686	.125	.084		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
y1.5	Pearson Correlation	.311**	.181	.233*	.649**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.007	.121	.044	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75
y1	Pearson Correlation	.593**	.503**	.674**	.707**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	75	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.682	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	40.000	7.135	.434	.643
x1.2	39.853	7.316	.451	.644
x1.3	39.853	7.532	.314	.671
x1.4	40.160	6.785	.335	.666
x1.5	39.920	7.615	.330	.669
x1	22.280	2.556	.919	.390

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	18.21	1.981	.453	.687
y1.2	18.47	1.658	.504	.660
y1.3	18.43	1.599	.582	.627
y1.4	18.52	1.766	.390	.709
y1.5	18.69	1.675	.488	.667

Uji Kolmogorov-Smirnov X1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33903012
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.062
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Koefisien Determinasi (Sederhana)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 ^a	.185	.176	.68399

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.084	.434		2.500	.014
	kualitas pelayanan	.626	.133	.430	4.709	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Lampiran 9

Wawancara Kepada Kepala Sub Urusan Pelayanan dan Komersil

1. Bagaimana sistem pelayanan yang diberikan kepada konsumen?
2. Apakah sering terjadi kendala dalam melayani konsumen ?
3. Mengapa harga tiket kereta api krd seminung atau way umpu hanya Rp.10.000 ?
4. Bagaimana cara bapak menghadapi keluhan para konsumen dalam hal pelayanan?
5. Menurut bapak, apakah konsumen sudah menerima pelayanan yang baik di stasiun tanjung karang Bandar lampung ?

